

## Reflexiones

COMUNICAR 16, 2001; pp. 131-139

Apuntes para una alfabetización necesaria

# La prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios

Rafael Miralles Lucena  
Valencia

*En nuestras sociedades, la televisión es el canal informativo de la mayoría de la población, mientras la presencia de la prensa impresa se muestra en claro retroceso. Sin embargo, la lectura de los medios escritos (que ahora también nos llegan a través de la Red) sigue siendo necesaria, porque el acto de comprender requiere de una actividad intelectual de la que carece la contemplación pasiva de las imágenes televisivas. Partiendo del profundo significado intelectual del propio acto de leer, la institución educativa debe acometer una ambiciosa alfabetización mediática que, combatiendo la desigualdad de conocimiento y poder, se constituya como estrategia para la supervivencia democrática.*

En un momento histórico con un claro predominio de lo audiovisual, me dispongo a proponer una abierta apología de la lectura del periódico impreso. Dice Fernando Savater que «leer un periódico, incluso el peor de los periódicos, es dar el primer paso para escapar de todo aquello que nos hipnotiza y marea». Me referiré pues, a la lectura, a una determinada lectura, de las publicaciones impresas. Pero también prestaré la atención a otro tipo de lectura, como es la lectura de la televisión. Insistiré en un estilo, unas intenciones y unas pautas para reflexionar sobre la actualidad reflejada por los medios de comunicación. Reconozco mis abundantes dudas en este terreno y advierto sobre mi considerable perplejidad, razón por la cual muchos aspectos los formularé en forma de

interrogantes. Primero, porque lo único que parece seguro en estos tiempos es precisamente la duda y la incertidumbre. Pero, también, como sabemos quienes nos dedicamos a la educación, porque el auténtico conocimiento, el pensamiento autónomo y constructivo, se construye despacio, muy poco a poco.

Vayamos por pasos. En primer lugar, trataré de aproximarme al concepto y al sentido de la lectura, para referirme más adelante a los medios informativos. La relación entre lectura y *mass-media* implicará referirse a ambos extremos, a sus dimensiones, a la evolución reciente y a su significado más próximo. Advertidas estas intenciones, referirse a la lectura implica hablar de imagen y de tiempo, hablar de prensa, radio, televisión, y del conjunto de

tecnologías informativas. Pero significa también hablar de ética profesional, del periodismo que viene y de la educación en la nueva sociedad que se está configurando. Hablar de lectura implicará, finalmente, referirse al sentido de la comprensión y a lo que habría de constituir una auténtica comunicación para el conocimiento.

Hay que preguntarse en primer lugar qué significa leer, en qué consiste eso que llamamos lectura. Una de las acepciones de los diccionarios explica que leer es «adivinar una cosa oculta o futura, interpretando determinados signos exteriores». En consecuencia, con la lectura se trata de distinguir, descifrar, adivinar e interpretar algo que está representado y que tiene una apariencia determinada. Si nos fijamos en las publicaciones impresas periódicas, en las que se combinan los signos gráficos (las letras) con las imágenes (las fotos y toda clase de ilustraciones y recursos), la lectura consiste en interpretar el conjunto coral de estos elementos. Para poder interpretar, es necesario interrogar al lenguaje. Porque todo lenguaje, como asegura Emilio Lledó, está presente para ser interrogado, para ser sometido y probado en el tiempo real de la vida de cada lector.

Siguiendo con la propuesta dialéctica inicial, podemos seguir preguntándonos: Leer, ¿para qué? Cuando interrogamos el periódico, cuando lo leemos, establecemos un diálogo con los textos y las imágenes que se nos presentan. Tratamos de conocer más cosas, de entender mejor lo que ocurre: queremos saber. Queremos saber y pedimos la ayuda que nos aporta la información periodística. El deseo de apropiarnos del lenguaje contenido en los distintos códigos presentes en la prensa escrita es la primera actitud que nos acerca al conocimiento de aquello que denominamos, para entendernos, realidad. Pero no es suficiente.

La información, en su sentido primario, consiste en describir, de manera precisa y comprobada un determinado hecho. Pero, además, informar es contextualizar este hecho en sus coordenadas para poder comprender su significado profundo. La información referida a un

determinado suceso, como señalan los cánones de la profesión, consiste en contestar las seis preguntas básicas: *qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué*. Y, además, conocer el contexto y las consecuencias previsibles que pueden derivarse de ese suceso. Sin embargo, el lector que recibe la información para construir nuevos conocimientos, no debería convertirse en un mero almacén de un supuesto saber. No podemos considerarnos *sabios* por el mero hecho de recibir pasivamente, de aceptar de forma sumisa todo aquello que nos llega de fuera. Porque es preciso dar vida y movimiento a todo lo que se interioriza a través de la lectura, del periódico en este caso.

Las palabras y todos los contenidos de la prensa adquieren su auténtico sentido cuando las hacemos crecer y las incorporamos a nuestro tiempo, cuando dibujamos con ellas nuevos caminos y las engarzamos con nuevas ideas, cuando las compartimos con otras personas. No podemos recibir las noticias como algo acabado, como un mero producto de las empresas editoras, listo para consumir. Para conocer es imprescindible recoger indicios e impulsos, que tendremos que desarrollar nosotros mismos con la reflexión, para insertarlos en nuestro discurso y para incorporarlos a nuestra visión de la vida, del mundo y de nosotros mismos.

La compleja tarea de *comprender el mensaje* que nos llega a través del quiosco sólo la realizamos cuando asumimos en nuestro propio lenguaje, con nuestras palabras, las proposiciones que se nos lanzan. No existe conocimiento con la mera recepción a través de nuestros sentidos si no hay también «re-conocimiento». Es decir, si no vinculamos todo lo nuevo que nos llega con lo que ya poseemos con anterioridad. Así, y sólo así, se funden los dos elementos que constituyen el conocer: la mente y la realidad externa. Habría que tener más presente este planteamiento en una cultura dominada por informaciones y mensajes de todo tipo, que nos llegan ya interpretados por sus emisores «es decir, por aquéllos que tienen el poder y la propiedad de los medios», y dis-

puestos para su digestión inmediata. Desconocer este aspecto tan elemental supone abandonar pasivamente nuestras mentes al arbitrio de unos colonizadores que trafican con el lenguaje, o sea, con ideas.

En nuestro entorno social y cultural, la televisión ha cambiado de modo decisivo en los últimos años las reglas comunicativas, y se ha convertido en el medio de comunicación dominante para la mayoría de la población. El discurso informativo de la televisión, por referirnos únicamente a un aspecto de la programación, se avanza al de sus competidores, la prensa y la radio, que tratan de imitarlo. El impacto de las imágenes impone la actualidad y obliga a los otros medios a seguir sus pasos.

Pero asistir como testimonio a un determinado hecho no es garantía de conocimiento de la verdad. Los telespectadores presencian los sucesos con el supuesto de que la pantalla les muestra toda la realidad. Sobra el esfuerzo intelectual e, incluso, como en algunos espacios informativos con música de fondo, sobran también los textos y la voz de los informadores intermediarios. Se intenta hacer creer que la palabra está de más, que la visión de las imágenes es suficiente para comprender lo que pasa. Sabemos que muchas veces, sin embargo, las imágenes son un problema, porque el aspecto visible de los hechos no explica su significado complejo. En los telenoticiarios, con su dependencia permanente de las imágenes más espectaculares, se destacan muchas cosas superfluas y anecdóticas. A través del impacto emocional de la visión de determinados hechos, se condena indirectamente al desprecio o al silencio a los acontecimientos sin imágenes. Se fomenta así la idea engañosa de

que la importancia de los hechos es proporcional a su riqueza en representaciones icónicas, que la palabra es accesorio y no puede resistir la evidencia de la huella visual.

Por si fuera poco, las portadas de los periódicos simulan, en su forma y en sus contenidos, los trazos televisivos. Cada vez destacan más, como si fueran pantallas, los grandes titulares, los reclamos sensacionalistas, las fotos y los gráficos de tamaño creciente. Esto no representaría ningún problema si no fuera por el riesgo que supone someter el conjunto de la información al dictado de las imágenes. Pero

no es sólo cuestión de imágenes. Existe también un mimetismo en el ritmo de producción de las informaciones, en el que se llega a una simplificación exagerada de los acontecimientos y que provoca una recepción distorsionada de los hechos. En los últimos tiempos han proliferado importantes errores y noticias falsas en las que las primeras víctimas, en muchos casos, han sido los propios periodistas.

Sigamos con los efectos provocados por la hegemonía de lo audiovisual. Nos referíamos al cambio sustancial del concepto informativo y a la enorme magnitud de sus consecuencias intelectuales. Como explicábamos, se pretende convencer de que la comprensión de la realidad descansa en las

apariencias visuales. Recordemos el saber popular, que advierte con claridad: las apariencias engañan. Hoy sabemos que las lógicas mentales y la construcción de conocimiento responden a procesos mucho más abstractos y las imágenes sólo nos aportan fragmentos de realidad. El planteamiento de ofrecernos las noticias preparadas para su consumo irreflexivo, como vemos, rehuye los interrogantes, esquivas las preguntas y nos presenta la realidad

En los telenoticiarios, con su dependencia permanente de las imágenes más espectaculares, se destacan muchas cosas superfluas y anecdóticas. A través del impacto emocional de la visión de determinados hechos, se condena indirectamente al desprecio o al silencio a los acontecimientos sin imágenes.

como una exhibición a la que asistimos como espectadores, en el sentido más pasivo del término. No hay nada que cuestionar: la realidad se confunde con la percepción visual y no podemos hacer nada para evitarlo. La información televisiva dice mostrar, como nos repitieron hasta la saciedad durante la Guerra del Golfo, la *historia en marcha*. El uso del directo ha impuesto un nuevo concepto informativo. No se trata de comprender la realidad, sino de alimentar la sensación de que la visión de las imágenes en tiempo real permite asistir al acontecimiento. La transformación que ha experimentado la información a causa de la televisión también tiene que ver con el cambio de tiempo informativo.

Con la preeminencia de la instantaneidad, de la información en tiempo real, en directo, el periódico siempre llegará tarde. Para rentabilizar las retransmisiones en directo, en ocasiones, los equipos televisivos se desplazan a los lugares en donde se producen los acontecimientos. Aunque el grueso de las redacciones se mantenga en la sede central, un telenoticiario transmitido en directo desde Ermua, en el País Vasco, empleará los recursos tecnológicos necesarios para dar verosimilitud y autenticidad a la información sobre los hechos que envolvieron el asesinato de Miguel Ángel Blanco. Pero la información al instante no podrá sustituir nunca a la información elaborada. Lo que la televisión y la radio ganan en inmediatez y en fuerza dramática, lo pierden en la reflexión y en el saber profundo que nos permite la lectura de la prensa. El llamado periodismo instantáneo es incompatible con la ambición tradicional del oficio informativo, porque abolir el tiempo equivale a abolir la información.

El tiempo de un telenoticias diario equivale, en texto escrito, a unas tres páginas de uno de nuestros diarios de referencia. Son treinta minutos de espectáculo más o menos atractivo, donde, en muchos casos, los sucesos, los deportes y las llamadas noticias de colorido pesan más que los temas políticos y sociales de auténtica gravedad. La cantidad máxima de noticias que pueden entrar en un informativo de media

hora oscila entre 25 y 30, mientras que un periódico nos ofrece aproximadamente unas 200. Por otro lado, deberíamos reflexionar sobre la cantidad de tiempo que dedican los canales televisivos a la denuncia, la reflexión y el debate en profundidad sobre temas como la especulación financiera, las grandes corrupciones, las redes mafiosas, la extensión de las grandes pandemias, las contaminaciones de gran intensidad, los fundamentalismos de todo tipo, las grandes migraciones, el efecto invernadero, la desertificación, la proliferación nuclear y tantos otros asuntos de auténtica transcendencia. En televisión se aborda una cantidad muy reducida de acontecimientos y se los trata de manera superficial, fragmentando la actualidad con hechos fuera de contexto, sin explicar causas ni prever consecuencias. Parece evidente concluir que los telenoticiarios no sirven para informar, sino que tienen como principal función el entretenimiento, la distracción o incluso la diversión sobre cuestiones menores, puesto que esquivan la reflexión sobre los temas más esenciales. Pero las capas sociales más humildes, que no consumen otros medios, dan una credibilidad muy elevada a las informaciones televisivas, y no contrastan la versión que les propone la televisión con la de otros canales informativos. Con razón se ha afirmado que el telediario constituye la *información del pobre*. Y es aquí donde radica su extraordinaria importancia política.

El análisis de un acontecimiento por parte de la prensa escrita, incluso la diaria, siempre nos llegará más tarde. Si sólo se tratara de dar la primicia, de ser la primera, los medios impresos tendrían ya la batalla perdida de forma irreversible. Esta no es, sin embargo, la cuestión más importante, porque, siguiendo con los interrogantes, habría que preguntarse acerca de la relación directa existente entre la velocidad en la transmisión de la información y el grado de comprensión de la realidad. ¿Sabemos más y comprendemos mejor cuando somos los primeros en enterarnos? ¿Podemos prescindir de la lectura del diario y de otros recursos escritos para estar bien informados?

Parece evidente concluir que necesitamos tiempo para reflexionar, para debatir, para dialogar. En informaciones importantes, la razón debería imponerse siempre a las pasiones del momento, más o menos interesadas. La ya habitual carrera entre las diferentes cadenas televisivas para avanzar los resultados electorales, con la posterior evidencia de las estrepitosas desviaciones con los pronósticos de las encuestas, evidencian la necesidad del tiempo para comprender mejor las dimensiones de la realidad. El periódico requiere otra temporalidad y crea una forma distinta de comunicación. El tiempo en el periódico es mucho más abierto porque no se dirige a una audiencia concreta y presente, sino a sujetos indeterminados y ausentes. El periódico nos permite una comunicación a la carta, porque somos nosotros quienes escogemos el mejor momento para leerlo, para escoger los temas que nos interesan. Somos nosotros los que dictamos el orden y el ritmo con que accedemos a las informaciones. No hemos de esperar, como con la televisión, a que llegue el bloque cultural para conocer la actualidad sobre el festival de cine de Cannes. Podemos abandonarlo y volver de nuevo a sus páginas sin perdernos el tema que nos parece más interesante. Con el periódico, los lectores escogemos el tiempo. Lo dilatamos o lo comprimimos sin sujetarnos a ningún horario ni a ninguna programación. En eso, el periódico y toda la prensa escrita tienen todavía unas ventajas indiscutibles sobre sus competidores audiovisuales.

Hojear el diario, como lo hicieron nuestros padres y abuelos, puede producirnos una sensación grata. La vista, el tacto, e incluso el olfato y el oído, se unen en una ceremonia que puede crearnos una adición especial. La depen-

dencia que crea el periódico puede ser intensa, aunque pasajera, y eso a pesar de que la lectura del diario nos da más penas que alegrías, porque las buenas noticias no son noticia. Pero sin la prensa escrita iríamos muy perdidos.

El periódico se puede doblar y leer en la calle, el metro, el tranvía y el autobús. Nos informa de las películas, de los conciertos, de las farmacias de guardia. Nos brinda sus páginas para vender el coche o comprar un piso. Además, nos ayuda a dar sentido a las borrosas imágenes que pasan a toda prisa por la pantalla del televisor. Nos proporciona el contexto, las explicaciones, el acabado. Y lo hace, además, sin menospreciar las imágenes, como hace con

las infografías, adecuándolas al propio tiempo del periódico. Gracias a la prensa escrita nos enteramos, por ejemplo, de los distintos escándalos de corrupción política o de la responsabilidad de los aparatos del estado en los crímenes del GAL. No es que el periódico sea *más intelectual* que la televisión, sino que el hecho de leer en sentido estricto es más intelectual que presenciar una sucesión de imágenes. En el peor de los casos, siguiendo a Savater, «leer es una forma de pensar, mientras que las imágenes por sí mismas se limitan tumultuosamente a estimular maneras de sentir y de sufrir».

Pero, ¿hacia dónde va la comunicación de actualidad, las nuevas tendencias periodísticas, los nuevos soportes y

el tipo de informaciones y de prensa que leemos en el siglo XXI? A los periódicos actuales se les comienza a asignar ya una función añadida en el rompecabezas de la abundancia informativa, a modo de guía anticipadora, de programa de mano del espectáculo de la actualidad, de ayuda necesaria para la discriminación y la selección informativa. La prensa orienta el

El tiempo de un telenoticias diario equivale, en texto escrito, a unas tres páginas de uno de nuestros diarios de referencia. Son treinta minutos de espectáculo, donde, en muchos casos, los sucesos, los deportes y las llamadas noticias de colorido pesan más que los temas de auténtica gravedad.

ocio, los consumos culturales y, al mismo tiempo, anticipa la actualidad prevista. La prensa puede contar la actividad 24 horas antes, para ayudar al lector a articular una cierta interpretación sobre la visión fragmentaria o fuera de contexto que aportan los medios audiovisuales. Puede servir así para permitir a la audiencia comprobar, a través de la radio o la televisión, que lo que ya se sabe ha ocurrido.

Sin dar la espalda a la *aldea global*, el espacio universal donde nos movemos, la comunicación de los próximos años prestará más atención a las noticias de nuestro entorno próximo. Los estudios y sondeos prevén que la prensa regional y local será un eje claro sobre el que se producirá un crecimiento de cabeceiras y lectores, cuestión de importante trascendencia para nuestra escuela, interesada como está en reducir las distancias entre el inmediato medio social y cultural del alumnado y el que impregna las aulas. Eso no invalida, como hemos señalado, que el impacto social del periodismo escrito haya estado superado por la fuerza, la inmediatez y la incidencia social del periodismo audiovisual. Un impacto basado en el espectáculo, pero que ha de poder complementarse con la potencia explicativa del periódico. Tal vez la mayoría de radioyentes y telespectadores se conformarán con la noticia comprimida de la radio y la televisión, que en un minuto habrá pretendido explicar porqué han vuelto a subir las gasolinas o cuál es el alcance económico de la adquisición de Lycos por Telefónica.

Incluso en la propia prensa escrita asistimos a un desprecio creciente de su valor propio, del texto, la palabra impresa. Es probable que en la era Internet se imponga la noticia instantánea, la información continua proporcionada por las grandes corporaciones multinacionales de la información, por encima de la tradicional prensa diaria como la conocemos actualmente. Pero el periódico no desaparecerá, sino que se especializará en completar las informaciones ya conocidas, interpretarlas y valorarlas. Cada diario se caracterizará por un estilo muy peculiar en el que intervendrán

desde los aspectos formales, el lenguaje, la ideología, la tradición cultural, las preferencias temáticas y los gustos estéticos. En la reconversión de los códigos, lenguajes y contenidos de la prensa actual destaca, como apuntábamos antes, una cierta tendencia por ofrecer la máxima cantidad de datos con el fin de ser asimilados en el mínimo tiempo posible. Dado el tiempo limitado de que disponemos para informarnos, el periódico prestará cada vez mayor atención al diseño gráfico y al uso creciente del color, los recursos gráficos y las infografías. Se provocará así una descarga tipográfica a favor del referente icónico, con nuevos espacios y secciones para favorecer una lectura más fácil, ágil y rápida. Habrá que ver si esta tendencia contribuirá a recorrer sólo la epidermis de los hechos más importantes, que son también los más complejos.

El último período ha puesto en cuestión otro principio importante sobre el que descansaba buena parte del prestigio de la profesión periodística, el concepto de veracidad. Pero, ¿qué es verdad y mentira en el mundo informativo? El periodismo clásico afirma que un hecho es verdadero cuando se corresponde con criterios rigurosos, objetivos y comprobados. Sin embargo, ahora, la noticia aparece como verdadera cuando nos la repiten todos los medios. Demos una ojeada a los quioscos y comprobemos la extraordinaria coincidencia de los temas que destacan en las portadas de los rotativos. La misma comparación sirve para los medios audiovisuales. Es como si no existiera todo aquello que no es objeto de atención informativa. Por eso, parece que no existen conflictos graves ni en Chechenia, ni en Kurdistán, ni en Chiapas, ni en Sierra Leona, y así hasta un total de más de 50 guerras en todo el mundo. Como en el caso más próximo y escandaloso de Argelia, donde sólo las matanzas contra la población civil nos lo recuerdan periódicamente. Después, el conflicto, milagrosamente, podrá dejar de existir como antes. Y es que el valor de la noticia depende de la rentabilidad, porque lo que pesa es el supuesto impacto que la información tendrá en la audiencia. Es así

como se explica el valor económico de la noticia que, como una mercancía más, queda sujeta a las leyes de la oferta y la demanda.

¿Qué futuro nos aguarda? Nadie discute que el desarrollo de la tecnología audiovisual y la revolución de las comunicaciones provocarán la reducción de los medios impresos en papel. En su lugar se configurará un auténtico multimedia, síntesis y superación de medios (prensa, radio, televisión), con el teléfono y el ordenador personal como soportes técnicos aliados. La oferta de los diarios será más concreta y personalizada y preparará el camino, tal vez a medio o largo plazo, de la reducción del soporte papel. Sin duda, nuestros bosques lo agradecerán. Así y todo, los cambios tecnológicos no tienen porqué suponer una pérdida de rigor informativo, porque eso haría perder el valor añadido que tienen las informaciones como documentación fiable. De hecho, los más optimistas llegan a pronosticar, paradójicamente, que ha llegado la hora del texto, de la interpretación y de la reflexión. Es decir, de apostar por la escritura, la narración bien hecha, la explicación bien comprobada, documentada y contrastada, la interpretación inteligente, la reflexión que va más allá del impacto instantáneo.

Para no verse desbordados por los acontecimientos, los propios editores de prensa tradicional han sido los primeros en tomar la iniciativa en los nuevos medios. No es casual que las páginas de *El País Digital* y de otras cabeceras sean las más consultadas por los navegadores españoles en Internet. Pero, con toda probabilidad, los lectores y lectoras habituales de prensa incrementarán el hábito de alternar la lectura del diario impreso con la consulta en pantalla. Al fin y al cabo, como recuerda Umberto Eco, las palabras escritas en la pantalla del ordena-

dor son también textos emitidos por alguien para que otros los interpreten y manipulen.

Sigamos con las preguntas. ¿Qué hacemos en la escuela ante el crecimiento explosivo de las redes informáticas? ¿Cómo podemos reaccionar? ¿Qué aspectos nuevos sobre estos te-

mas debería conocer el profesorado? ¿Qué exigencias cabría plantear para que se facilite una formación básica sobre estos temas?

Para la inmensa mayoría de jóvenes, cuando acaben su escolarización obligatoria, su conciencia dependerá, como advierte Manuel Vázquez Montalbán, «del choque directo con lo real y los medios de comunicación. De aquí la importancia de que en las escuelas se enseñe a leer los medios de comunicación, es decir, a descodificarlos». Hemos insistido en la importancia de comprender lo que se lee. En los distintos *mass-media* deben co-

nocerse los códigos con que se presentan los distintos mensajes. En lo referente al periódico, «el impreso y el electrónico», además del análisis del texto de la noticia, habrá que revisar el tamaño de los titulares, su extensión y la ubicación en la superficie impresa, si está en una página par o impar, si aparece arriba o abajo, si hay reiteración, énfasis u omisión de datos. Porque toda esta jerarquía selectiva de valores informativos es también lenguaje que pide ser descodificado. Una buena descodificación podría comenzar investigando la propiedad de los medios, los negocios y los lazos económicos que se mantienen con otros medios, empresas e instituciones. Habría que saber, por ejemplo, si existen grupos de presión interesados en obtener unos efectos determinados en la audiencia. Esta es una clase de lectura tan necesaria o más que la mera transcripción cognitiva de los textos informativos. Y es una lectura a la que la escuela no debe renunciar,

---

El periódico requiere otra temporalidad y crea una forma distinta de comunicación. El tiempo en el periódico es mucho más abierto porque no se dirige a una audiencia concreta y presente, sino a sujetos indeterminados y ausentes.

---

porque es una estrategia clave de supervivencia democrática.

Dos serán los factores clave que dominarán el futuro de las comunicaciones. En primer lugar, el crecimiento exponencial de la cantidad de información disponible. El segundo, que el conocimiento se convertirá, como ya está sucediendo, en el recurso más importante de la economía global de la información. Son comprobables las tendencias hacia la rápida explotación de Internet por las empresas e instituciones y la omnipresencia del valor del mercado, por encima del servicio público, en el mundo de las telecomunicaciones. Junto a ello, las investigaciones sociales denuncian nuevas formas de analfabetismo y de pobreza, porque el simple incremento de la cantidad de información y los nuevos sistemas de tratamiento informativo no comportan significado o saber y porque siempre será necesario el análisis social y humano, puesto que valores como el respeto a los derechos humanos, la democracia o la libertad no pueden tratarse como mercancías. Los mismos estudios advierten del peligro de una nueva división del mundo entre *info-ricos* e *info-pobres*. Los primeros serán la *élite* que sabe buscar, usar y difundir la información. La gran mayoría de *infopobres*, aunque puedan disponer de mucha información, serán incapaces de usarla. Es decir, serán analfabetos en el uso de los medios.

Para reducir distancias entre unos y otros, la educación es y será el sector prioritario. Los maestros y la escuela, como hoy los entendemos, tienen los días contados, y es necesario establecer una alianza estratégica de la instancia escolar con los medios de comunicación. Porque la escuela ya no es la titular exclusiva de los conocimientos, y porque la información está cada vez más al alcance de todos, sin que

sea imprescindible la intervención de la institución educativa. Hoy ya son posibles nuevas formas de aprender y de compartir conocimientos. En cualquier caso, lo importante para la escuela seguirá siendo el favorecer una destreza que sintetiza todas las demás: ni más ni

menos que educar la habilidad de pensar. Pensar con sentido crítico, creativo y autónomo. Porque si no enseñamos a pensar no educamos. Sin pretender encontrar soluciones mágicas ni recetas infalibles. Se trata de ir construyendo pensamiento, de alcanzar auténtico saber.

Obtener información sin esfuerzo ante el bombardeo de las imágenes televisivas, mientras se está cómodamente sentado en el sofá, es un error grave que puede producir un doble efecto de sobreinformación y desinformación. Porque estar informados es una tarea que requiere intencionalidad

y esfuerzo. El periodista Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, suele advertir que informarse cansa. Pero, como él dice, este esfuerzo es el precio que hemos de pagar para ganar el derecho a decidir nuestro futuro, a participar racionalmente, con conocimiento, en el mundo en que nos ha tocado vivir. Una escuela que quiera participar en esta empresa necesita apostar sin reservas por la alfabetización de los jóvenes en la lectura de la prensa y de los otros medios de comunicación. Éste es uno de los pocos instrumentos con que contamos, dice Len Masterman, para «desafiar la gran desigualdad de conocimiento y poder que existe entre los que fabrican la información en su propio interés y los que la consumen inocentemente». Del éxito de estas estrategias depende en buena medida la formación de los ciudadanos y ciudadanas libres en la Sociedad de la Información. Todo ello implica la adopción de una nueva actitud ante el consumo de

---

Ha llegado la hora del texto, de la interpretación y de la reflexión. Es decir, de apostar por la escritura, la narración bien hecha, la explicación bien comprobada, documentada y contrastada, la interpretación inteligente.

---



los medios. En un mundo dominado por la cultura de masas, hemos de despertar de la hipnosis mediática para impulsar estas nuevas prácticas alfabetizadoras. Es un reto inaplazable si queremos asegurar la supervivencia democrática de la sociedad.

### Referencias

- BOURDIEU, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*. Barcelona, Gustavo Gili.
- CASTELLS, M. (1998): *La era de la información*. Madrid, Alianza.
- COLLON, M. (1995): ¡Ojo con los media! Argitaletxe Hondarribia, Hiru.
- COLOMBO, F. (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama.
- CHOMSKY, N. y RAMONET, I. (1996): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.
- EQUIP CONTRAPUNT (1997): «Els Telenotícies. Anàlisi i aprofitament didàctic», en VARIOS: *Pensar l'escola*. València, Centre de Professors.
- EQUIP CONTRAPUNT (1994): «La prensa, la gran olvidada», en *Cuadernos de Pedagogía*, 227.
- GIORDANO, E. y ZÉLLER, C. (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*. Madrid, Icaria.
- LLEDÓ, E. (1994): *Días y libros*. Salamanca, Junta de Castilla y León, Consejería de Cultura y Turismo.
- LLEDÓ, E. (1997): *Palabras entrevistas*. Salamanca, Junta de Castilla y León, Consejería de Educación.
- LLEDÓ, E. (1998): *El silencio de la escritura*. Madrid, Espasa.
- LLEDÓ, E. (1998): *Imágenes y palabras*. Madrid, Taurus.
- MATTELART, A. (1996): «Una comunicación desigual», en *Anuario Mundial 1996 UNESCO*. Barcelona, Difusora Internacional.
- MIGUEL DE BUSTOS, J.C. (1996): «Cultura, comunicación y desarrollo», en *Lan-Koadernoak*, 16. Universidad del País Vasco, Hegoa.
- RAMONET, I. (1996): *La golosina visual*. Barcelona, Gustavo Gili.
- RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Temas de Debate.
- RODRIGO, M. (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.
- VANDIJK, T. (1990): *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós.
- VARIOS (1991): *Las mentiras de una guerra. Desinformación y censura en el conflicto del Golfo*. Barcelona, Deriva.
- VARIOS (1994): *La Aldea Babel. Medios de Comunicación y Relaciones Norte-Sur*.
- VARIOS (1997): *Voces y Culturas*, 11/12; monográfico: «Educación y Comunicación». Barcelona, 1997.

• **Rafael Miralles Lucena** es profesor de Educación Secundaria, periodista y miembro de *Entrelínies, Xarxa d' Educació i Comunicació*. En la actualidad es jefe de redacción de «'All-i-oli', *Quaderns de l'Ensenyament del País Valencià*» ([petrolio@retemail.es](mailto:petrolio@retemail.es)).

